

# marketingplan 2025

**LEIDEN &**  
PARTNERS



# Leiden, Stad van Ontdekkingen

Voor je ligt al weer het 15e marketingplan in de geschiedenis van Leiden&Partners! Afgelopen jaar vierden we ons derde lustrum, want zolang mogen we ons al inzetten voor Leiden als Stad van Ontdekkingen. Tegenwoordig voegen we daaraan toe; 'in een streek van verrassingen, met een zee aan mogelijkheden'. Want zo is het, Leiden en de regiogemeenten zijn voor de gebruiker samen één grootstedelijke-, kleurrijke-, dynamische bestemming.

2025 staat in het teken van de verjaardag van de oudste universiteit van Nederland, Universiteit Leiden bestaat precies 450 jaar! Opgericht in 1575 en nog steeds in hoog internationaal aanzien en bovendien van grote betekenis voor Leiden en haar verre omgeving. Wat ons betreft is de stichting van de universiteit het beginpunt van een lange rij ontwikkelingen, waarbij het ene heeft geleid tot het andere, telkens op de schouders van-, een (Leids) continuüm noemen we dat. Wil je weten hoe wij dat precies zien, bekijk dan de animatie van ons brandstory, onderaan pagina 7.

Het plan dat voor je ligt staat weer bomvol campagnes, activiteiten, (nieuwe) producten en diensten. Ons hogere doel; het imago van Leiden laden richting doelgroepen en vervolgens dat beeld te bevestigen en bewijzen voor wie er voor ons heeft gekozen. Met als beoogd resultaat dat de stad weer een beetje mooier, leuker en spannender wordt om mensen bij uit te nodigen, maar vooral ook dat de eigen (regio) bewoner van deze mooie plek kan genieten.

Belangrijk; Leiden&Partners doet nooit iets alleen, altijd samen met onze partners.  
Je bent dus welkom, kijk snel hoe je mee kunt doen!

Martijn Bulthuis  
Directeur

## Inhoud

|   |    |
|---|----|
| 1. Organisatiestructuur . . . . .         | 5  |
| 2. Visie & Strategie . . . . .            | 7  |
| 3. Doelstellingen & Doelgroepen . . . . . | 10 |

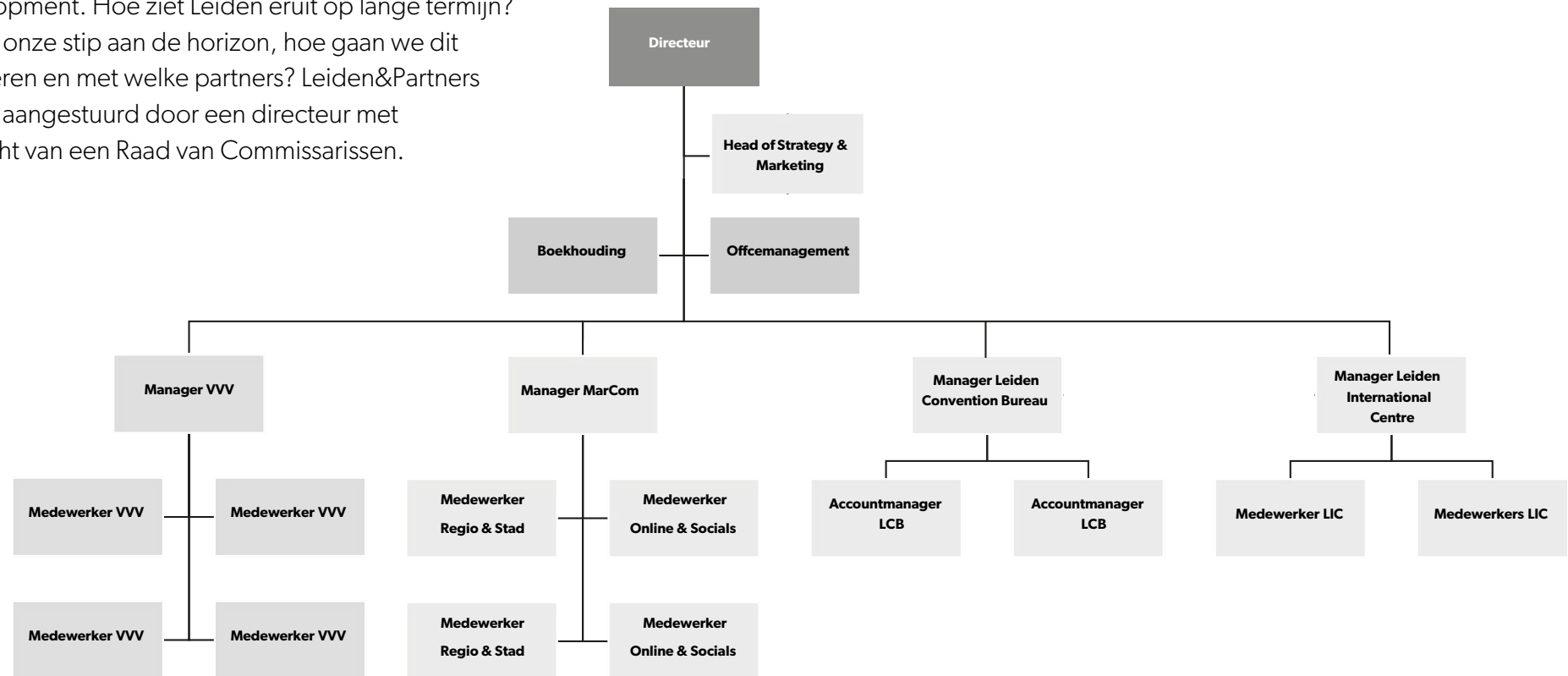
# LEIDEN & PARTNERS



# 1. Organisatiestructuur

**Leiden&Partners** werkt in divisies. Elke divisie staat voor een werkveld. De divisies zijn, Stad van Ontdekkingen (SvO) inclusief de VVV met een Streek van Verrassingen (SvV), het Leiden Convention Bureau (LCB) en het Leiden International Centre (LIC).

De branding komt voort uit strategie & business development. Hoe ziet Leiden eruit op lange termijn? Wat is onze stip aan de horizon, hoe gaan we dit realiseren en met welke partners? Leiden&Partners wordt aangestuurd door een directeur met toezicht van een Raad van Commissarissen.





# 2. Visie & Strategie

## 2.1 Visie

Citymarketing is het integraal vermarkten van de stad als merk, met als doel het positief beïnvloeden van de associaties die de doelgroepen met Leiden hebben. Aan de hand van de pijlers Cultuur en Kennis zetten we in op campagnes en creëren we (beleefbare) producten die daar invulling aan geven. Het merk 'Leiden' moet top of mind zijn bij onze doelgroepen.

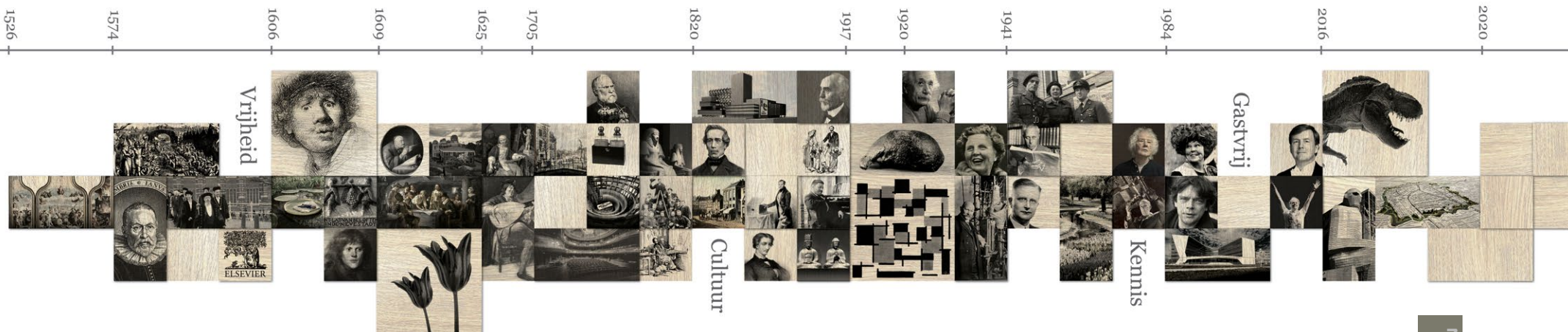
Het mobiliseren en verbinden van partners en stakeholders en het werken in coalities rond specifieke thema's zien we als voorwaarde om als stad echt integraal te kunnen zijn in wat we zenden, maken, beïnvloeden. Alleen dan komt consequent hetzelfde beeld van Leiden naar buiten. Als Leiden&Partners werken we nooit alleen en doen we alles samen!

Stad van Kennis en Cultuur, het is een geldige claim:

### Brand Story

*Leiden is de Stad van Ontdekkingen. Waar Rembrandt en Lorentz hun ontdekkingen deden en toepasten, daarmee anderen als Steen, Lievens en Einstein aanzetten tot grootsheid. Waar Boerhaave en Von Siebold de wereld naar Leiden brachten en de stad teruggaven ter inspiratie voor nieuwe academische inzichten. Waar de oudste Universiteit van Nederland vandaag de dag tot 's werelds beste behoort en haar wetenschappelijke ontdekkingen hebben geleid tot het meest complete Bio Science Park van Europa. Waar haar collecties mede de basis vormen van de dertien musea die de stad rijk is.*

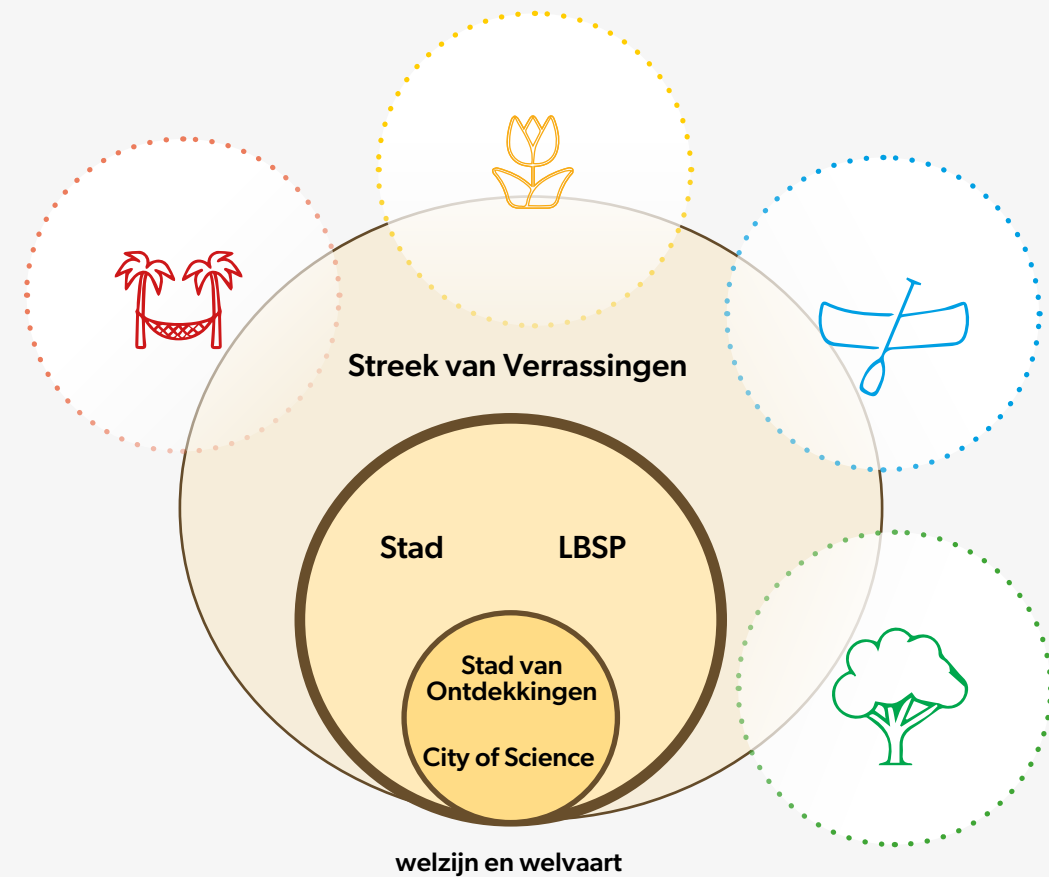
*Leiden, waar de optelsom van wetenschap en culturele vrijheid leidt tot de komst en bloei van iconen, van Rembrandt tot Armin, van Pilgrims tot T.rex.*



## 2.2 Strategie

Leiden heeft voor haar verschillende doelgroepen een rijke propositie, echter niet per se telkens dezelfde.

Deze gelaagdheid ziet er als volgt uit:



## Vooruitblik

In de afgelopen jaren zijn onze werkzaamheden, aandachtsgebieden en doelgroepen geleidelijk aan ontwikkeld en verbreed. Met een veelvoud aan samenwerkingspartners ontwikkelen, initiëren en faciliteren we projecten voor bewoners, bedrijven, talenten en bezoekers, gericht op het vergroten van welzijn en welvaart in Leiden en regio.

Dat blijven we in de toekomst ook doen. Strategisch bouwen aan het **welzijn** van bewoners van Leiden. Het ontwikkelen van maatschappelijke en economische groei, realiseren van een kwalitatief hoogwaardig voorzieningenniveau (programmering, horeca, wandelroutes, ov, ...), waarmee een hoge kwaliteit van leven wordt geborgd.

Hiermee dragen we bij aan het **welvaartsniveau** van bewoners van Leiden. We staan voor kwalitatieve economische groei, zodat ondernemers zich kunnen ontwikkelen en werkgelegenheid groeit. Het vergroot de aantrekkelijkheid voor nieuwe bedrijven, winkels en projecten met (inter)nationale uitstraling.

Tegelijkertijd bewaken we de balans en zoeken we evenwicht tussen groei in welzijn en welvaart.



## Duurzame bezoekerseconomie

Verduurzaming is geen trend, maar een rode draad door de gehele organisatie, van visie tot uitvoering. In dat kader is Leiden&Partners vanaf 2023 actieve partner in het Climate Capacity Building Programme. Een training- en ontwikkelprogramma voor Citymarketingorganisaties dat er op gericht is om duurzame strategieën te helpen creëren voor zakelijk en vrijetijds bezoek.. Alleen zo kunnen we concrete stappen zetten in de verduurzaming van de bezoekerseconomie. In 2025 en verder laten we een professionaliseringslag zien in hoe regio's in heel Nederland sneller kunnen verduurzamen, terwijl



we de positieve impact van bezoekers op de gemeenschap vergroten. Op dit gebied is Leiden&Partners één van de koplopers in Nederland. Meer weten over onze rol nu en in de toekomst?

**Scan de QR code!**

## Diversiteit & Inclusie

Leiden is een diverse stad met een grote verscheidenheid aan inwoners en bezoekers van allerlei achtergronden, culturen en levensstijlen. Het is



deze verscheidenheid die onze stad een prettige woon- en werkplek en aantrekkelijke stad maakt om te bezoeken. Om dit te behouden en ondersteunen, staat diversiteit en inclusie hoog op de agenda bij Leiden&Partners. Weten wat wij doen op het gebied van Diversiteit & Inclusie?

**Scan de QR code.**

## Stadspartners & Handelshuis

Leiden&Partners werkt altijd samen met partners om haar doelstellingen te bereiken. Naast de ruim 80 stads- en regiopartners agendeert zij samen met huisgenoot Centrummanagement Leiden een vijftal onderwerpen. Het uitgangspunt is daarbij om de stad dynamisch en spannend te programmeren met ruimte voor experiment, en de samenwerking soepel te laten verlopen.

Projecten kunnen meerjarig zijn, kunnen afgerond worden en er kunnen nieuwe projecten aan toegevoegd worden. De voortgang wordt periodiek in het ambtelijk en bestuurlijk Handelshuisoverleg geagendeerd.

### Handelshuisprojecten:

1. Ontwikkelen en uitvoeren data dashboard bezoekerseconomie Leiden.
2. Onderzoek t.b.v. de oprichting evenementenloket
3. Het verkennen van terugkerende clustering van evenementen met dezelfde culturele signatuur
4. Ondersteuning van het Cultuurkwartier
5. Het versterken van de centrumfunctie

# 3. Doelstellingen & Doelgroepen

## Doelstelling:

Het imago van Leiden als Stad van Ontdekkingen nationaal en internationaal versterken, waarbij de pijlers Kennis & Cultuur centraal staan, met als doel doelgroepen voor Leiden te winnen en te behouden.

## Doelgroepen:



### **Bewoners**

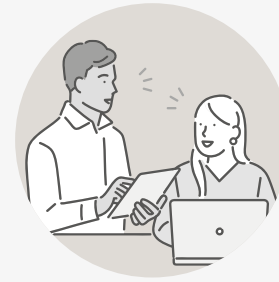
- Bewoners van de stad Leiden
- Bewoners van de Leidse agglomeratie (Oegstgeest, Leiderdorp, Voorschoten, Zoeterwoude, Warmond en Katwijk) en Streek van Verrassingen
- Nieuwe en gewenste Bewoners



### **Bedrijven**

Leiden&Partners faciliteert en ondersteunt partners in acquisitie en het behouden van bedrijven. Wij onderscheiden onder andere de volgende partners:

1. Overkoepelende platforms (richting bestaande bedrijven) Economie071, Economic Board Zuid-Holland (EBZ), VNO/NCW
2. Acquirerende organisaties zoals Leiden Bio Science Park (LBSP), Netherlands Foreign Investment Agency (NFIA), Innovation Quarter (IQ), Gemeente Leiden, Centrum Management Leiden (CML), Greenport Ontwikkelings Maatschappij (GOM Duin- en Bollenstreek), Economic Development Board D&B, Economic Board Zuid-Holland (EBZ).



### **Talent**

- Kenniswerkers (bestaand, Nederlands en internationaal, bij voorkeur hier wonend)
- Kenniswerkers (nieuwe, beoogde)
- Studenten (bestaand)
- Studenten (nieuwe, beoogde)

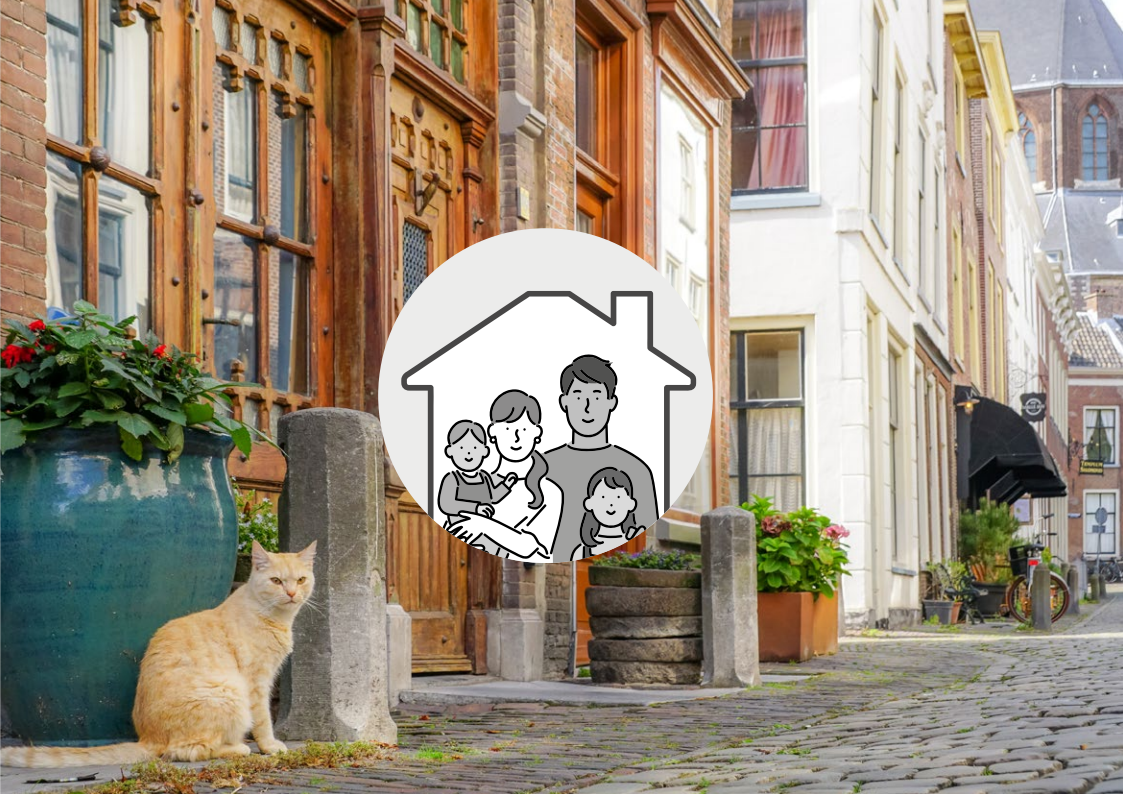


### **Bezoekers**

- Nederlandse dagbezoeker
- Nederlandse meerdaagse bezoeker
- Buitenlandse dagbezoeker
- Buitenlandse meerdaagse bezoeker
- Zakelijke bezoeker (een- en meerdaags, nationaal en internationaal).

Ga naar het marketingplan 2025





## **kernwoorden**

De kernwoorden in dit plan representeren de domeinen waarop Leiden&Partners actief is. Deze domeinen zijn Betrekken, Betoveren, Beleven, Bedienen en Bewijzen.

## **Betrekken**

er zich verbonden mee voelen, onderdeel van uitmaken

## **Betoveren**

onder invloed brengen en de aandacht helemaal vasthouden

## **Beleven**

het ervaren van iets

## **Bedienen**

voorzien van

## **Bewijzen**

laten zien dat iets zo is



**Betrekken**



**Betoveren  
& Beleven**



**Bewijzen**



**Bedienen**

# Betrekken

## Betrekken

*er zich verbonden mee voelen, onderdeel van uitmaken*

Alles wat **Leiden&Partners** initieert, organiseert of activeert gebeurt in samenwerking met partners. De organisatie heeft de belangrijke taak om haar achterban te inspireren, motiveren en informeren over haar activiteiten. Maar bovenal te **betrekken** bij haar organisatie. Dat doet zij organisatiebreed met heel veel verschillende partners.

**Scan de QR code** en ontdek hoe we betrekken en samenwerken met onze partners.





# Betoveren & Beleven

## Betoveren

*bekoren en de aandacht helemaal vasthouden*

Leiden positioneert zich als een stad van cultuur & kennis en heeft veel onderscheidends te bieden op dit vlak. Met haar aanbod kan zij bewoners, bedrijven, bezoekers en talenten betoveren en verleiden. Om zich te vestigen, te ondernemen, er te studeren of te bezoeken.

## Beleven

*het ervaren van iets*

Enmaal betoverd door Leiden en in Leiden, ligt het accent op beleven. Wat is er te doen, te ondernemen, te ontdekken? Of je nu student/talent bent, bewoner, bezoeker of werknemer, wat beloofd wordt, moet beleefd worden.





# Betoveren & Beleven voor en in de Stad van Ontdekkingen

## Betoveren

LEIDEN & PARTNERS

### Cultuurcampagne

Jaarrond zichtbaarheid voor Leiden als een stad van cultuur, waarbij het Leidse culturaanbod ingevuld wordt met exposities, tentoonstellingen en musea gekoppeld aan een weekend weg of dagbezoek.

In 2025 is er wederom een Cultuurcampagne. Dit kan in de vorm van collectieve inkoop bij DPG Media zijn, maar ook andere opties als NS / Dagje Uit, Cultuurbijlage NRC, nationale radio en/of tv campagne zijn mogelijk.

Ook een museumfolder en social media campagnes gericht op museumbezoek maken onderdeel uit van de campagne.

Leidse museumpassen zijn door hoteliers te bestellen om in te voegen in hun hotelarrangementen. Dit Leiden&Partners product zorgt voor inhoud aan arrangementen en bezoeken aan musea in de stad. De gast kan zelf de museumkeuze maken.

Alles weten over de cultuurcampagne? Scan dan de QR code.



**Rembrandt trakteert op Leiden**



15 juli jarig

leiden.nl/RembrandtTrakteert

**wie jarig is...**

In Leiden was Rembrandt trakteert. Op 15 juli 1606 werd hij er geboren en 25 jaar lang ontwikkelde hij samen met Leiden zijn talent.

Om later tot een van 's werelds beroemde schilders uit te groeien. In Leiden breidde hij zijn en getrouwd hij is zijn activiteiten naar andere omkrentingen. In de week van zijn verjaardag trakteert hij op Leiden.

Waarom vele jarig is, trakteert?

Ge voor alle leuke activiteiten en kortingen naar Leiden en RembrandtTrakteert in Leiden om te weten meer!

#RembrandtTrakteert  
@StadvanOnsEdekkkingen  
#OntdekLeiden  
#OntdekLeiden



## De jonge Rembrandt betovert

Rembrandt is de bekendste zoon van Leiden en Leiden&Partners blijft investeren in de associatie Leiden en de jonge Rembrandt.

## Rembrandt trakteert op Leiden

Rembrandt trakteert op Leiden rondom de geboortedag van de jonge Rembrandt (15 juli) samen met Centrummanagement Leiden en binnenstad ondernemers. Met betoverende aanbiedingen wordt de associatie Rembrandt/Leiden versterkt en tegelijkertijd zorgt het voor conversie/beleving richting binnenstad ondernemers, musea en culturele activiteiten voor (regio)bewoners.



## De Leidse Rembrandt Dagen

Een evenement dat zowel lokaal, nationaal als internationaal Leiden als stad van Rembrandt en cultuurstad op de kaart zet. Met marketingcommunicatie ondersteunen wij de organisatie graag en ambiëren we een professioneel en toonaangevend evenement, nu en in de toekomst.



Weten wat wij doen om de associatie Leiden met de Jonge Rembrandt te vergroten? **Scan de QR code!**





### **Young Rembrandt Studio**

'De Young Rembrandt Studio is het oude atelier waar Rembrandt heeft leren tekenen, schilderen en etsen. De Young Rembrandt Studio valt onder beheer van Leiden&Partners en is gratis te bezoeken. De studio is wordt bemand door het VVV-personeel of cityhosts en dient naast de Rembrandt Experience als VVV-informatiepunt.

### **Latijnse School**

Bezoekers kunnen zich voor het raam van de Latijnse School laten schetsen door 'Rembrandt'. De schets is een half uur later te downloaden op onze website. Inmiddels zijn er al bijna 70.000 schetsen gemaakt bij de Latijnse School.





## Pilgrim history - Mayflower

In navolging van het jaar 2020 waarin het 400 jaar geleden was dat de pilgrims de oversteek maakten naar de nieuwe wereld, zien we een voorzichtige toename in de bezoekersaantallen op het gebied van cultuur en heritage uit de VS en UK.

In het Mayflower jaar 2020 zijn relaties tussen de UK en VS verstevigd en bestendig. Met de productontwikkeling van een Pilgrim wandelroute, het opbouwen van een online social community en goede contacten met Amerikaanse niche touroperators, is een basis gelegd om op voort te borduren. Dit koesteren en onderhouden we.



Meer weten over het Pilgrimverhaal, de producten of contacten?  
**Scan de QR code** voor meer informatie.

## UITagenda

De Leidse UIT Agenda is de plek waar (regio)bewoners heen gaan om te zien wat er in Leiden gebeurt op het gebied van cultuur en kennis. Leiden&Partners brengt de UIT Agenda op vele manieren onder de aandacht van deze (regio)bewoner.



Weten hoe en wat de plannen zijn voor 2025?  
**Scan dan de QR code!**



Zoek op [leiden.nl/uitagenda](https://leiden.nl/uitagenda) en bekijk wat er allemaal te doen is in Leiden! Theater, muziek, tentoonstellingen, lezingen: er is genoeg te beleven.



[leiden.nl/uitagenda](https://leiden.nl/uitagenda)



## Leids Cabaret Festival

In 2023 is de Stadsgehoorzaal/ Schouwburg met steun van Leiden&Partners en de gemeente eigenaar geworden van het Leids Cabaret Festival (LCF). De intentie is om het festival meer Leids te maken, studenten er meer bij te betrekken en meer zichtbaarheid te geven. Leiden&Partners is financieel betrokken, maar ondersteunt ook in marketingcommunicatie en met citydressing.



Scan de QR code voor ambitieuze toekomstplannen.

## Leids International Film Festival (LIFF)

Leiden&Partners verbindt zich aan het Leids Internationaal Film Festival ter versterking van het festival en de zijprogrammering om daarmee nog beter zichtbaar te zijn in Leiden en de regio. Leiden&Partners steunt de organisatie in het realiseren van de doelstellingen en daarmee bij te dragen aan het imago van Leiden als stad van cultuur. Leiden&Partners is financieel partner, maar ondersteunt ook in marketingcommunicatie. Op deze manier borgen we een hoogwaardige en verrassende programmering voor bewoners en bezoekers.

## Culturele events

Naast LCF en LIFF ondersteunt Leiden&Partners tevens de Museumnacht, Pride en Stukafest, omdat ook deze events nadrukkelijk een bijdrage leveren aan Leiden als studentenstad.



## 'Trakteer jezelf op Leiden, Stad van Ontdekkingen'

De binnenstad van Leiden is een unieke plek om te recreëren, musea te bezoeken, te winkelen en elkaar te ontmoeten. Samen met Centrummanagement Leiden en de gemeente Leiden wijst Leiden&Partners regiobewoners met de campagne 'Trakteer jezelf op Leiden' op de Leidse beleving en mogelijkheden in de binnenstad. Door meerjarig actief campagne te voeren met influencers, on- en offline zichtbaarheid, inspelend op momenten en de invoering van een Leidse traktee kaart, worden regiobewoners verleid de Leidse binnenstad als huiskamer van de regio te ervaren.

Ook in 2025 wordt ingezet op meer interactie met ondernemers, de wekelijkse markt en integrale communicatie. **Scan de QR code** voor resultaten en toekomstplannen.



## **Kennisbijlage NRC**

Leiden blijft zich met de vele kennisinstellingen ontwikkelen als een kennisstad. Hoe we dat doen, laten we zien in kwalitatief goede 'New Dutch' verhalen over kennis en wetenschap in Leiden. I.sm. de gemeente Leiden, Leiden kennisstad, Universiteit Leiden, Leiden Bio Science Park, Rijksmuseum Boerhaave en Wereldmuseum Leiden kijken we wederom naar het uitgeven van een kennisbijlage of soortgelijk alternatief in 2025. Dat kan zijn rondom de Dutch Bio Science Week of de Days of Art&Science.

Meer weten over participatie, bereik en timing?

**Scan de QR code!**



## **Leiden StudentenStad**

Leiden is de leukste studentenstad van Nederland! Dat levert talent op voor de toekomst. Samen met de gemeente Leiden, de Universiteit en onderwijsinstellingen als Hogeschool Leiden en mboRijnland, investeren, werven en behouden we in levenslange ambassadeurs voor Leiden.

Hoe we dat doen? Samen! **Scan de QR code** voor meer informatie.



## **Leiden, rijke Onderwijsstad**

Een serie van portretten en verhalen van docent/talent laat zien wat lesgeven, doceren, je ontwikkelen in Leiden met die rijke leeromgeving, zo uniek maakt. Leiden&Partners draagt, samen met de gemeente Leiden en onderwijsinstellingen, bij aan de branding van het onderwijs binnen Leiden en regio. Om nieuwe docenten aan te trekken en bestaande docenten te behouden. Door mee te denken, te ontwikkelen en als sparringpartner te fungeren voor gemeente Leiden en onderwijsinstellingen.



**Scan de QR code** voor meer informatie.



## Leiden Onderwijsstad 2025

In 2025 is Leiden een jaar lang Nationale Onderwijsstad. Deze titel wordt uitgegeven door de Stichting Nationale Onderwijsweek die daarmee aandacht wil geven aan het onderwijs en haar professionals. De eerste volle week van oktober organiseert de stichting een aantal vaste activiteiten. Leiden wil naast de Nationale Onderwijsweek ook de rest van het jaar landelijke aandacht vragen voor de mooie onderwijsactiviteiten in de stad, zoals de lustrumeditie van de Nacht van de Leraar en het 450-jarig lustrum van de Universiteit Leiden. Leiden wil daarom heel kalenderjaar 2025 de titel Nationale Onderwijsstad dragen. Leiden&Partners zit in de klankbordgroep van Leiden Onderwijsstad 2025 en ondersteunt en adviseert om dit jaar een succes te maken.

Meer weten? **Scan de QR code!**



Universiteit Leiden 450 jaar In 2025 vieren we 450 jaar Universiteit Leiden. Die verjaardag van de oudste universiteit van Nederland gaat niet ongemerkt voorbij!

De viering 450 jaar Universiteit Leiden, de Universiteit als startpunt van het Leids Continuum, staat in 2025 centraal in de marketingcommunicatie.

Op zaterdag 8 februari 2025 – de Dies Natalis - bestaat de universiteit 450 jaar. Dat wordt gevierd met de stad en regio.

Hoe vieren we het feestje mee en zorgen we ervoor dat partner kunnen aanhaken bij dit Lustrum? **Scan de QR code.**



# Betoveren & Beleven voor en in de Streek van Verrassingen

## Streek van Verrassingen

Een Stad van Ontdekkingen, in een Streek van Verrassingen met een Zee aan mogelijkheden. Samen met de gemeentes Katwijk, Voorschoten, Wassenaar, Oegstgeest en Warmond positioneert Leiden&Partners de regio richting regiobewoners en Duitse en Belgische toeristen.

Nieuw in 2024-2025 zijn drie edities van E-magazines, uitbreiding van online campagnes, een Duitse uitgave van het regiomagazine, de Proef de Streek Marktkramen, Proef de Streek Dagen, en een vernieuwde uitgave van de Proef de Streek Boxen, vol met streekproducten.

Weten wat er voor 2025 in de planning staat?  
**Scan de QR code.**



## Dit is Katwijk!

Leiden&Partners is verantwoordelijk voor de backoffice-activiteiten van VVV Katwijk. Doel is een jaarrond promotie van de toeristische bestemming. De focus ligt daarbij op het laagseizoen, het versterken van de samenwerking met ondernemers en andere organisaties, via onder meer een Toeristisch Platform. Zo werken we vanaf 2024-2025 structureel samen met de Horecavereniging Katwijk om Katwijk nog beter op de kaart te zetten. De bestemmingen Leiden en Katwijk zijn complementair voor zowel bezoekers als regiobewoners. Leiden&Partners voert online en offline citymarketingactiviteiten uit.

Benieuwd hoe?  
**Scan de QR-code**





# Beleven

## Beleven

Als je betoverd bent door Leiden, kom je de stad beleven. Die beleving krijgt invulling door de cultuurhistorische binnenstad, maar ook door (zakelijke) evenementen, wandelingen, festivals, de markt en het aanbod daaromheen.

## Winter Wonder Weken

Vanaf half november staat verwondering in de binnenstad van Leiden centraal. Als partner van Centrummanagement Leiden verzorgt Leiden&Partners de marketingcommunicatie rondom de Winter Wonder Weken om zo (regio) bewoners de binnenstad te laten bezoeken. Het accent ligt op de beleving van winterse activiteiten (kerstmarkt, ijsbaan, nostalgische kermis). En als je er dan toch



bent, word dan verleid om te winkelen en te genieten van het historische stadshart.

Verwonder je met ons mee?

**Scan dan de QR code.**



## Wandelroutes

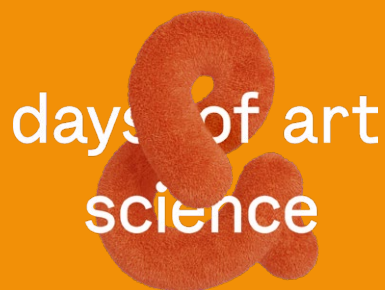
De ultieme manier om een stad te beleven is te voet. Leiden&Partners heeft een recent compleet ge-update serie wandelroutes die verkocht worden in de VVV. De routes zijn: Rembrandt Route, Pilgrim Route, Science Route, Leidse Hofjes en de Leidse Loper.

# Beleven

Leiden is een wetenschapsstad. Toen, nu en in de toekomst. Maar hoe brengen we kennis dichtbij? Hoe maken we kennis, experiment en ontdekken beleefbaar? Niet alleen met een kennis-UITagenda en een Science Route, maar met nog veel meer initiatieven die wij samen met partners initiëren of waarin we ondersteunen. Een greep uit de kennis etalage!

## **Days of Art&Science**

Days of Art&Science – in de tweede of derde week van september – is een paraplu-label voor verschillende, unieke activiteiten op het snijvlak van kunst en wetenschap. Ieder evenement kent een eigen bijzondere ervaring, zoals onder meer de Nacht van Ontdekkingen, Brave Young Minds, Brave New World en Wavelength Festival. De komende jaren wordt de Days of Art&Science verder uitgebouwd als een onderscheidende parel binnen de Leidse programmering. In die hoedanigheid wordt het ook meegenomen in de content rondom de New Dutch beweging.



In 2024 ging de nieuwe website [www.daysofartandscience.nl](http://www.daysofartandscience.nl) live. De programmering van de Days of Art&Science is in handen van programmadirecteur Alexander Mouret ([alexander@daysofartandscience.nl](mailto:alexander@daysofartandscience.nl)).

Hoe we dit de komende jaren gaan zaaien lees je als je **de QR scant!**





## Nacht van Ontdekkingen

Hét kennisfestival van Leiden – onderdeel van de Days of Art&Science – krijgt elk jaar een meer eigen signatuur. Jonge makers, onderzoekers, kunstenaars wordt ruimte gegeven om te experimenteren. Een podium voor talent met spraakmakende programmering. Leiden&Partners spant zich in om met de marketingcommunicatie zo veel mogelijk aandacht te geven aan het leukste kennisfestival van Zuid Holland. Wie meer wil weten hoe, scant de **QR code**.



# Beleven

## Dutch Bio Science Week (DBSW)

Het Leiden Bio Science Park is samen met Leiden&Partners, Leiden Healthy Society Center en Leiden Kennisstad initiatiefnemer van de 'Dutch Bio Science Week'.

De week bestaat uit een scala aan activiteiten en evenementen georganiseerd door vele partners in de stad (van onderwijsinstelling tot museum). De week staat in het thema gezondheid en de toekomst ervan. Van interessante lezingen en congressen, exposities op locatie, tot gratis gezondheidscheck door mboRijnland studenten en een Open Dag op het Leiden Bio Science Park. Met de week wil Leiden zich positioneren als dé stad van de wetenschap op het vlak van Life Sciences & Health. Het is ook een belangrijke week in de communicatie rondom New Dutch. De Dutch Bio Science Week vindt elk jaar in de 3e of 4e week van juni plaats.

Lees meer over de DBSW, **scan de QR code!**

### Wil je meedoen met de DBSW 2025 editie?

Neem dan contact met ons op via [marketing@leidenenpartners.nl](mailto:marketing@leidenenpartners.nl).



## New Dutch

New Dutch is een initiatief van Rijksdienst voor Ondernemen (RVO), Nederlands Bureau voor Toerisme (NBTC) met de steden Eindhoven en Rotterdam, met als doel innovatief Nederland in de etalage te zetten. Naast deze partners sluiten Leiden en nog 13 steden en regio's aan om de komende jaren te laten zien hoe innovatief Nederland is en hoe innovaties relevant zijn voor de hele wereld. Naast het 'traditional dutch' van erfgoed en kunst, bouwen we met 'new dutch' aan dit andere beeld van Nederland. Leiden&Partners zorgt ervoor dat innovaties uit onze regio in de schijnwerpers staan binnen de beweging, met name op het gebied van Life Sciences & Health, maar ook daar waar innovaties op het gebied van AI, Space en Quantum bijdragen aan gezondheid.

Hoe we dit de komende jaren vorm gaan geven, lees je via de **QR code!**



## Studentenstad & Cultuurkaart

Student in Leiden? Dan ontvang je een persoonlijke, digitale &Cultuurkaart met korting of zelfs gratis kan deelnemen aan leuke acties, evenementen en festivals. Elke maand ontvangen ruim 9.000 studenten die zich via hun vereniging of El Cid (incl. mbo studenten) hebben ingeschreven een &Cultuurmailing met de meest toffe tips en acties.

In nauwe samenwerking met de studentenstad Denktank, PKvV, El Cid, studentenverenigingen kijken we naar een versterking van dit studentenproduct.

Interesse in het bereiken van de jongeren en/of student? Of ben je zelf student? **Scan de QR code** en denk met ons mee!



## Citydressing

Leiden&Partners beheert in opdracht van de gemeente Leiden de vlagbanieren en B-zijdes van de muppen in de stad. Hiermee is er regie op het 'kleuren van de stad' en wordt het onderdeel van de beleving.

De Redactieraad, bestaande uit gemeente Leiden, Centrummanagement Leiden, Cultuurfonds Leiden en Leiden&Partners ziet toe op een juiste toewijzing.

## TV schermen

Leiden&Partners onderzoekt de optie om bijv. de UIT agenda, festivals of evenementen via een API connectie te delen met schermen in de stad (hotels, parkeergarages, musea).



Weten welke kanalen Leiden&Partners beheert? Wat de mogelijkheden en voorwaarden zijn?

**Scan de QR code** voor een overzicht van alle citydressing-kanalen.



# Bedienen



## Bedienen

### voorzien van

Wie eenmaal in de stad is om Leiden te beleven, wil ook goed bediend worden. Voorzien van de juist informatie, geïnspireerd, vragen kunnen stellen en op de hoogte worden gebracht van de laatste activiteiten. Want, een tevreden bezoeker blijft langer, besteedt meer, komt vaker terug en is of wordt ambassadeur van de stad. Een gastvrije stad heeft een positieve invloed op de levenskwaliteit van bewoners en versterkt het vestigingsklimaat voor bedrijven en werknemers.

De VVV Brandstore Leiden is samen met de Young Rembrandt Studio de spil in deze gastvrijheid voor bezoekers. Daar waar het Leiden International Centre (LIC) dat voor internationals doet die zich in onze stad of regio willen vestigen (zie pagina 40).

Weten wat de VVV voor jouw organisatie kan betekenen? **Scan de QR code** en lees meer.



### VVV Brandstore Leiden

Leiden heeft een goed bezocht VVV inspiratiepunt met gemiddeld 75.000 bezoekers per jaar. Hier worden bezoekers en bewoners geïnformeerd, geïnspireerd en doorverwezen naar partners in de stad.

- De VVV Brandstore is tevens distributiepunt van drukwerk/wandelingen en beeld- en filmmateriaal van partners in de stad en regio (schermen, folderrekken, ipads, etc).
- De VVV Brandstore is het verkoop- en inwisselpunt van diverse cadeaukaarten maar ook van de Leidse Trakteerkaart, speciaal voor Leidse ondernemers.
- In 2025 blijft er aandacht voor de bewoners van Leiden en een kennismaking met de VVV Brandstore (wandelingen met locals).

VVV Brandstore Leiden is een Qbuzz informatie- en verkooppunt vanaf 2025. Medewerkers voorzien bezoekers van ov-informatie en tickets.



# Bedienen in en voor de Stad van Ontdekkingen

## Drukwerk

Leiden&Partners produceert drukwerk zo duurzaam mogelijk, brengt oplages omlaag waar het kan en verwijst via QR-codes door naar online informatie platformen.

Voor 2025 kijken we ook naar thematische drukwerkuitingen en dan met name voor kinderen en gezinnen, inhakend op bijvoorbeeld de vakantieperioden. Denk aan een samenwerking met de Vakantiepas, Doe-boeken etc.

Wil je meer weten over deelname, een advertentie in een van de uitingen, distributie of oplage? **Scan de QR code.**



## I Ask Leiden:

### 24/7 personal cityguide via AI

In 2025 starten we met een pilot voor een 24/7 VVV service door middel van een Whatsapp city guide genaamd I ASK Leiden. In iedere gewenste taal kunnen vragen over Leiden gesteld worden. De chat reageert direct en persoonlijk op alle vragen door AI-technologie. Leiden&Partners zorgt voor sturing op content en kwaliteit. We starten begin 2025 met een pilot en bij gebleken succes breiden we services uit met o.a. ticketing. Probeer het zelf via: +31850605516.

## Regeneratief toerisme

In 2025 lanceren we een regeneratief toeristisch programma waarbij we de bezoekers van de stad iets laten teruggeven aan de stad. Dit doen we samen met de gemeente Leiden en andere partners in de stad.

# Bedienen in en voor de Stad van Ontdekkingen

## Online en Socials

Social media blijft een belangrijk medium om te betrekken, enthousiasmeren en inspireren. In 2025 wordt ingezet op:

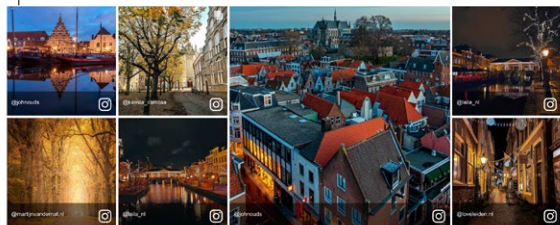
- Vergroten bereik en interactie op TikTok (@stadvanontdekkingen) en Pinterest
- Webcare
- Reviews organisatiebreed stimuleren via Trustpilot en partners
- Whatsapp service o.b.v. content en AI, zie pagina 31
- Jaarrond SEO en SEA inzetten



Meer weten over onze kanalen, bereik en volgers? **Scan de QR code.**

## Ook een toffe foto van Leiden gemaakt?

Deel jouw foto's met #stadvanontdekkingen.



## Nieuwe technologieën

In 2023 maakten we al kennis met de nieuwe mogelijkheden rondom de inzet van AI binnen citymarketing. In 2025 neemt de inzet van AI grotere vormen aan. Zo zal – ook om kosten te besparen – Chat GPT ingezet gaan worden voor:

- Het schrijven van teksten (uitnodigingen, social media content, nieuwsbrieven, webteksten, SEO en SEA)
- Het vertalen van teksten naar Duits, Engels en Frans (en meer) voor online toepassingen
- Het toegankelijker maken van kanalen voor bepaalde doelgroepen (door bijv. audio inzet voor visueel beperkten)
- Het visueler maken van content
- 24/7 I ask Leiden (zie pag. 31)

Het online team legt zich in 2025 toe op opleiding en cursussen rondom AI en de toepassing daarvan binnen ons vakgebied.



## Websites & nieuwsbrieven

Leiden&Partners beheert en communiceert via diverse online platformen. Hiermee betreft en bedient Leiden&Partners diverse doelgroepen.

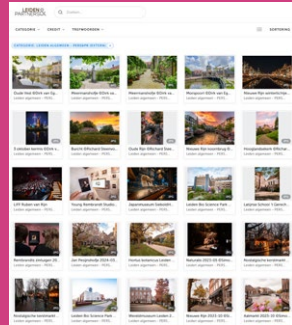


Abonneren of meer weten over al onze nieuwsbrieven, doelgroepen, databasegrootte en mogelijkheden? **Scan de QR code.**

## Fileflow

De allermooiste fotos van Leiden staan kosteloos én rechtstreeks in de online beeldenbank Fileflow. Op dit moment maken ruim 200 organisaties en personen gebruik van Fileflow.

Voor toegang mail je naar: [marketing@leidenenpartners.nl](mailto:marketing@leidenenpartners.nl).

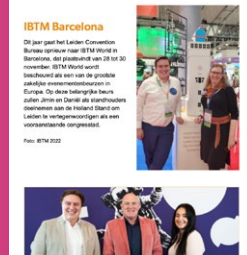
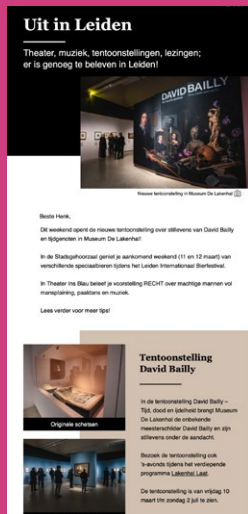
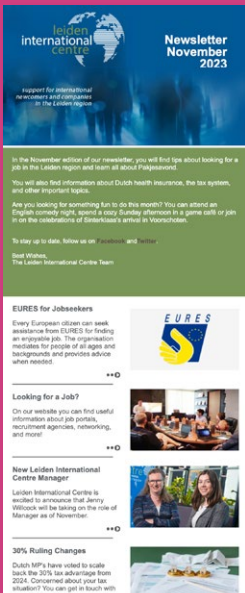


## Partnerpakketten

Leiden&Partners doet niets alleen, maar altijd alles met partners. Partnerships bestaan in verschillende vormen. Van een basispartnerschap tot aan grootschalige samenwerkingen en campagnes. Elke partner neemt minimaal een basispartnerschap af. Dat kan al vanaf € 350.



**Scan de QR code** om naar het partnerplan te gaan.



# Bewijzen



## Bewijzen

*laten zien dat het zo is*

Het positioneren en branden van een stad in een regio is iets van de lange adem. Niet alles is meetbaar of hoeft meetbaar te zijn om wel succesvol te zijn. Denk aan:

- Samenwerkingen tot stand brengen
- Samenwerken op diverse domeinen
- Strategie bepalen en uitwerken

Tallose activiteiten die niet direct rendement opleveren, maar die dat indirect of op de langere termijn wel doen. Anderzijds zijn er ook 'harde cijfers' die meewegen in de strategie. Daarom is Leiden&Partners met gemeente Leiden, Centrummanagement Leiden en Cultuurfonds Leiden, gestart met datamonitoring rondom de bezoekerseconomie van Leiden. Hoe?

Met een datadashboard waarin diverse databronnen inzicht en sturing kunnen geven. In 2025 legt Leiden&Partners zich toe op het schrijven van een **datastrategie**.

Wat meten en weten we al?

**Scan de QR code!**



## Datadashboard

- Datadashboard waarbij verschillende meettechnieken bij elkaar gebracht worden, zoals GPS tracking en visitor data. Dagbezoekers en verblijfsaantallen komen hier bij elkaar. In de toekomst is de wens om ook parkeerdata, retail, etc. toe te voegen.
- GPS tracking via mobiele apps (analytische cookies, locatie, etc.), via dataspecialist in dit dashboard.
- Gebieden op postcode niveau (wijkniveau).
- Analyse van 10 gebieden
- Verbinding LBSP en centrum Leiden wordt zo met data ondersteunt



Partners, locaties en evenementen kunnen een tailor made data rapport ontvangen wanneer zij een datapunt afnemen.

Wat meten en weten we al? **Scan de QR code!**

## Awards

Leiden&Partners nomineert zichzelf graag samen met haar partners voor erkenningen op het gebied van citymarketing. Op deze manier laten we objectief vakprofessionals onze inspanningen toetsen en belonen bij resultaat. Niet onbelangrijk, omdat we met recht trots mogen zijn op hetgeen Leiden&Partners samen met haar partners voor de stad Leiden brengt. Weten welke prijzen we al in de wacht hebben gesleept? **Scan de QR code!**





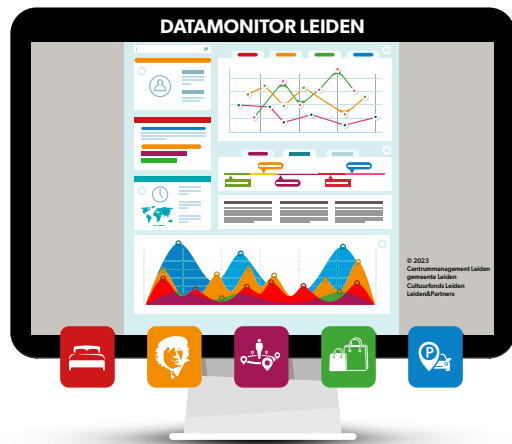
## Datamonitor Leiden

In de Datamonitor Leiden worden diverse data over de bezoekerseconomie geladen en geanalyseerd. Zo worden datagedreven keuzes gemaakt op het gebied van bezoekersstrategie, -marketing, -beleid, handhaving en infrastructuur. Algemeen doel is een duurzame bezoekerseconomie waarin leefbaarheid en levendigheid in balans zijn voor bewoners, bedrijven, bezoekers en andere stakeholders. Datagedreven beslissingen zijn essentieel om dit doel zo optimaal mogelijk te bereiken.

**N.B.** Er worden **geen persoonsgegevens** verzameld. Alle data zijn anoniem verkregen en voldoen aan nationale en internationale privacywetgeving. Deze wetgeving wordt regelmatig getoetst.

**Datapartijen** Alle data worden verzameld en geanalyseerd binnen het samenwerkingsverband:

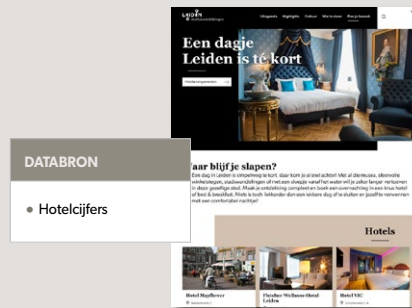
**Centrummanagement Leiden, gemeente Leiden, Cultuurfonds Leiden, Leiden&Partners**



Alle data worden integraal geanalyseerd in het dashboard, zo worden verbanden gelegd.



## HOTELCIJFERS



### DATA (gegevens)

- Verblifsbezoekers
- Bezettingsgraad
- Verblifsduur
- Herkomst per land (anoniem)
- Leisure of business

15.020  
74%  
2,1 dagen



fictief

### ANALYSE (voorbeeld)

- Relatief lage cijfers aantal zakelijke verblifsbezoekers in januari 2022.



### ACTIE (voorbeeld)

- Het Leiden Convention Bureau trekt een wetenschappelijk congres aan in januari 2023. Stijging zakelijke overnachtingen t.o.v. 2022.



## VVV en YRS



### DATA (gegevens)

- Aantallen bezoekers VVV en YRS.
- Herkomst per provincie NL en land.

66.744  
17,6%



fictief



### ANALYSE (voorbeeld)

- Groei aantal VVV bezoekers uit Duitsland.

### ACTIE (voorbeeld)

- Meer Duitstalige communicatie in de VVV aanbieden.
- Duitstalige bezoekers hiermee beter voorbereid de stad in sturen.





## GPS tracking



## WINKELS

Data Centrummanagement Leiden

### DATABRON

- GPS-tracking



### DATA (gegevens)

- Aantallen personen per gemarkeerd gebied in tijd.
- Herkomst uit Nederland per postcode 4 niveau (cijfers).
- Volledig anoniem.

12.000 personen, 1 gefilterde dag, gebied 1  
 3,8% aandeel bezoekers Bio Science Park  
 7.500 personen, 1 gefilterde dag, gebied 2  
 2,3% aandeel bezoekers Bio Science Park  
*fictief*

### ANALYSE (voorbeeld)

- In twee winkelstraten is meetbaar dat het aantal bezoekers uit het Leiden Bio Science Park (LBSP) laag is.



### ACTIE (voorbeeld)

- Communicatieplan opstellen om personen uit het LBSP naar het centrum te trekken voor economische spinn-off.
- Signing aanpassen voor spreiding bezoekers.



### DATABRON

- Winkels binnenstad: sport, fashion, schoenen



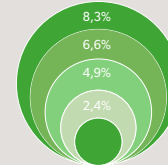
### DATA (gegevens)

- Totaalcijfers van omzet en transacties winkels.

4,9% *fictief*

### ANALYSE (voorbeeld)

- Omzet en transacties stijgen flink tijdens De Leidse Rembrandt Dagen.



### ACTIE (voorbeeld)

- Voortzetten evenement, goed voor economische spinn-off.
- Met GPS-tracking drukte analyseren, indien nodig bezoekers meer spreiden.



Partners, locaties en evenementen kunnen een tailor made data rapport ontvangen wanneer zij een datapunt afnemen, **Scan de QR code!**



# Betoveren, Beleven, Bedienen en Bewijzen

## Leiden, internationale congresstad

### Leiden Convention Bureau (LCB)

Leiden Convention Bureau betovert potentiële congresorganisatoren op o.a. het domein Life Sciences & Health met onze aantrekkelijke kennis- en cultuurstad en verleidt ze juist hier een congres te organiseren. Door het aantrekken van internationale wetenschappelijke congressen laden we Leiden als 'City of Science'. De economische spin off van de congresbezoeker is groot (circa 400 euro per dag besteding waarvan 70% in de lokale economie terecht komt). Met het ambassadeursnetwerk en research is de ambitie om structureel in de top 5 van de ICCA-ranking te staan.

Door het betrekken van stadspartners en onze congresambassadeurs en het stimuleren van netwerken en samenwerking, wordt een sterk ecosysteem gecreëerd dat de aantrekkingskracht van Leiden als congresstad verder vergroot.

### Legacy

De legacy van congressen gaat verder dan de evenementdagen zelf: ze bevorderen langdurige kennisdeling, stimuleren samenwerking tussen lokale en internationale experts, en ondersteunen duurzame ontwikkelingen. Dit alles sluit naadloos aan bij de strategische doelen van Leiden&Partners om Leiden te positioneren als dé stad van kennis, cultuur en innovatie. Door congressen te koppelen aan de wetenschappelijke en innovatieve kracht van onze stad, zorgen we voor blijvende impact.

# LEIDEN CONVENTION BUREAU

### Nieuw! Leiden Booking Service

Leiden Convention Bureau introduceert Leiden Booking Service, met boekbare hotels voor, na en tijdens congressen. Deze service versterkt de positie van Leiden als ideale congresbestemming en genereert extra economische waarde voor de stad en haar partners.

**Leiden**  
booking•service

We starten als eerste met de hotelboekingen voor, na en tijdens het congres, om meer nachten te genereren zodat congresdeelnemers langer verblijven en meer zien van de stad/regio. In de loop van 2025 staat de volledige lancering gepland om ook excursies, museatickets etc. toe te voegen aan het platform.



*Leiden is de afgelopen 10 jaar uitgegroeid tot in de top 10 van Nederlandse congressteden*

## Congresambassadeurs

De congresambassadeurs van Leiden Convention Bureau zijn prominente academici, onderzoekers en professionals uit verschillende sectoren die Leiden internationaal promoten als congresbestemming. Deze ambassadeurs zetten zich in om wetenschappelijke en zakelijke bijeenkomsten naar de stad te halen, waarbij zij hun expertise en netwerken inzetten om potentiële organisatoren te overtuigen.

Weten wat we in 2025 gaan doen?

**Scan de QR code.**



**Betoveren**

# LEIDEN CONVENTION BUREAU

Congresdeelnemers die eenmaal in Leiden zijn,  
ontvangen een ultieme beleving en warm welkom.  
Zodat zij eerder komen, langer blijven of terugkomen.

**Scan de QR** code om te zien hoe.



De inspanningen van LCB betalen zich uit in o.a. de volgende meetbare resultaten:

- Aantallen congressen en congresdelegates/ congresdagen (en economische spin-off daarvan)
- Bezoekcijfers [leidenconventionbureau.nl](http://leidenconventionbureau.nl)
- Aantal bids en bidboeken
- Groei social media kanalen en databases (nieuwsbrieven)
- Awareness van Leiden als een stad van wetenschap en talent
- Congresambassadeurs netwerk
- Samenwerkingen met partners
- Verkoop welkomspakketten
- Geboekte pre- and posttours via Leiden Booking Service.
- Review en evt. korte enquête laten invullen (evt. met beloning, korting volgend bezoek)
- Stijging aantal zakelijke bezoekers meetbaar via [Nachtregister.nl](http://Nachtregister.nl)
- Congresdeelnemer via de hotels een kortingscode aanbieden voor het volgende bezoek naar Leiden om herhaalbezoek te genereren.



# Betoveren, Beleven, Bedienen en Bewijzen

## Leiden, internationale stad voor talenten



### Leiden International Centre (LIC)

Het Leiden International Centre ondersteunt het internationaal georiënteerd bedrijfsleven van de Leidse regio door kenniswerkers aan te trekken, ontzorgen en faciliteren.

LIC profileert zich als kenniscentrum voor internationalisering in de regio Leiden via onderzoek en het opgebouwde netwerk. Doel is dat we gezien worden als de beste bron voor alles wat met internationalisering te maken heeft in de regio. bijv. het Decisio-rapport dat in 2024 voor nieuwe cijfers zorgde.



Hoe betovert het LIC potentiële kenniswerkers zich hier te vestigen? **Scan de QR code** en lees meer.

### Beleven en Bedienen

Eenmaal aangekomen in de Leidse regio als internationale kenniswerker zorgt het LIC voor een zachte landing:

- De inschrijving van nieuwe kenniswerkers vindt plaats op het LIC voor alle bij het LIC aangesloten gemeenten.
- Newcomer Guide: een onmisbaar naslagwerk voor de kenniswerker in de settling in fase.
- Meet & Mingles: het LIC organiseert maandelijkse bijeenkomsten op leuke (partner)locaties voor nieuwkomers en internationals.
- Webinars, workshops, spreekuren en faciliteert nieuwkomers

- Het LIC verbindt het internationale deel van de regio en Leidse Uitagenda aan internationals
- Social media, nieuwsbrieven en online
- Expat Tips voor en door newcomers
- Kookboekje met gerechten van internationale inwoners
- Interviews met internationals om hun perspectief te delen: [leideninternationalcentre.nl/get-advice/interview-with-an-international](https://leideninternationalcentre.nl/get-advice/interview-with-an-international)



**international  
centre**

*support for international newcomers  
and companies in the Leiden region*

- Registration & BSN
- Helpdesk for your daily life questions
- Information & social events, and w...
- Trust... rtners

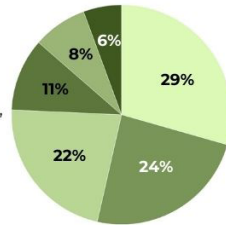


# Factsheet Internationals: Knowledge Workers and Their Families<sup>1</sup>



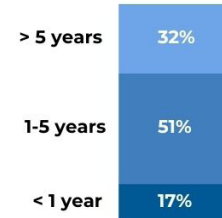
**21.670**

Internationals live in the Leiden region. Knowledge workers<sup>2</sup> **29%**, labour migrants **24%**, children **22%**, followed by students (**11%**), status holders (**8%**), and income-dependent partners (**6%**)



**6.375**

Is the number of knowledge workers **living** in the Leiden region, with a yearly growth of **5%**

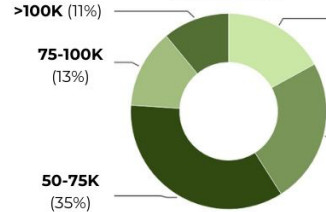


**83%** of the knowledge workers living in the Leiden region stay for longer than 1 year

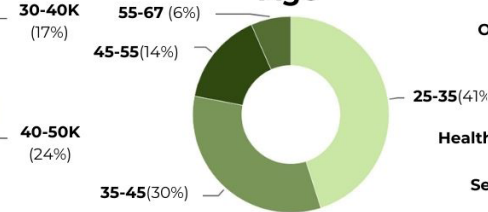


Almost **6 in 10** knowledge workers living in the region are renting a house

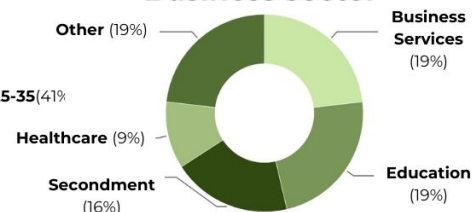
## Income



## Age



## Business sector



**6.350**

Knowledge workers **work** in the Leiden region. About **80%** are younger than 45. Most earn **50K-75K** per year and work either in **education** or in **business services**.

## Top 5 countries of origin

1. Poland
2. Germany
3. Italy
3. UK
4. Spain



## Income-dependent partners



**4.800**

Children in the Leiden region have 1 or 2 international parents

<sup>1</sup> Data from Monitor Internationals 2010-2022: Regio Rapportage Leiden (Katwijk, Leiden, Leiderdorp, Oegstgeest, Voorschoten, Zoeterwoude) by Decisio (2024)  
<sup>2</sup> Knowledge workers are defined by IND highly skilled migrants salary requirements

De inspanningen van het LIC vertalen zich door in de volgende meetbare resultaten:

- Aantal inschrijvingen
- Webbezoek leideninternationalcentre.nl
- Nieuwsbriefinschrijvingen
- Groei social community
- Partnerbetrokkenheid
- Meet & Mingles aantallen
- Cijfers uit Decisio-rapport

Scan de QR code





# LEIDEN & PARTNERS

Stationsweg 26  
2312 AV Leiden

Postbus 190  
2300 AD Leiden

+3171-5160990

[info@leidenenpartners.nl](mailto:info@leidenenpartners.nl)